

MalpensaNews

Direct Marketing: cos'è e come si fa

divisionebusiness · Sunday, October 27th, 2024

Il **Direct Marketing** è una forma di comunicazione che ha come fine creare un contatto diretto e personalizzato tra venditore e cliente, rivolgendosi direttamente a quest'ultimo con specifici strumenti. Cataloghi, vendite a porta a porta, e-mail marketing: tutte queste modalità sono contemplate dal marketing diretto.

L'obiettivo è preciso: ottenere una **risposta immediata**, che sia l'acquisto di un prodotto, l'iscrizione a una newsletter o una richiesta di informazioni.

A differenza del marketing tradizionale, che punta a creare brand awareness a lungo termine, il marketing a risposta diretta è misurabile e focalizzato sui risultati nel brevissimo periodo. Ma quali sono le pratiche per attuarlo e quali i vantaggi?

Come fare marketing diretto

Il **Direct Marketing** può essere applicato in molti modi, attraverso diversi canali, sia offline sia online. Vediamo quali funzionano meglio.

1. Marketing tramite catalogo

Anche se può sembrare obsoleto, il **marketing tramite catalogo** è ancora molto efficace, soprattutto in determinati settori. I cataloghi cartacei offrono infatti un'esperienza tattile che il digitale non può replicare. Inoltre, un catalogo ben fatto può invogliare i clienti a **visionare con calma l'offerta** per poi acquistare successivamente.

2. Paccone delle meraviglie

Il **Paccone delle meraviglie** è una strategia di marketing incredibilmente efficace. Consiste nell'invio di un vero e proprio pacco regalo al potenziale cliente, contenente tra le altre cose:

- **campioni gratuiti;**
- **prodotti esclusivi;**
- **materiali promozionali.**

Questo metodo crea un **forte impatto emotivo**, e cattura l'attenzione del destinatario in modo strabiliante. Il paccone può essere utile in diversi contesti e può essere utilizzato **anche su clienti già acquisiti** affinché vengano fidelizzati. Si tratta dunque di uno strumento potentissimo che è

possibile approfondire grazie a questo [dettagliato articolo sul paccone delle meraviglie](#).

3. SMS Marketing

L'open rate dell'**SMS marketing** può arrivare a superare il 90%. Si tratta quindi di una strategia efficace, soprattutto per trasmettere **messaggi brevi e urgenti**, come offerte a tempo o promo esclusive. Un esempio? “Solo per oggi: sconto del 20% su tutto il catalogo. [Clicca qui per acquistare](#)”.

4. DEM (Direct E-mail Marketing)

L'**email marketing diretto**, o DEM, è una delle tecniche più utilizzate. Consente di inviare **offerte personalizzate**, aggiornamenti su prodotti o servizi, e molto altro.

Per attuarla al meglio bisogna **segmentare la lista** in base agli interessi, in modo da inviare il messaggio giusto alla persona giusta.

5. Landing Page

Una **landing page ben costruita** è fondamentale per qualsiasi campagna di marketing diretto. Questa pagina deve essere **ottimizzata per una specifica CTA**, e il messaggio che veicola deve essere semplice, preciso e conciso.

Vantaggi del Marketing diretto

Abbiamo visto **come fare marketing diretto**, ma quali sono i vantaggi? Ce ne sono almeno due principali da ricordare.

Il primo è la possibilità di **segmentare il pubblico**. È possibile infatti targetizzare il proprio messaggio verso gruppi ad hoc. Inoltre, grazie ai dati che vengono raccolti, si possono misurare con esattezza i risultati di ogni campagna e adattare le strategie in real time.

Il secondo vantaggio è poi la **personalizzazione**. Ogni messaggio può essere adattato al singolo utente. Questo non solo migliora la customer experience, ma aumenta le probabilità di conversione, dato che il cliente si sentirà speciale e non uno dei tanti.

This entry was posted on Sunday, October 27th, 2024 at 6:00 am and is filed under [Archivio](#)
You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can skip to the end and leave a response. Pinging is currently not allowed.